

УДК 34.09

***КОЛЛИЗИОННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ТОВАРНЫХ
ЗНАКОВ И ЗНАКОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ***

Драгунова С.А.

к.э.н, доцент,

*ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский
государственный университет им. Н.П. Огарёва»,*

Саранск, Россия

Леков Д.К.

магистрант,

*ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский
государственный университет им. Н.П. Огарёва»,*

Саранск, Россия

Аннотация: В статье рассматриваются коллизионные проблемы, возникающие в сфере правовой охраны товарных знаков и знаков обслуживания. Анализируются виды коллизий, причины их возникновения, а также существующие механизмы их разрешения. Статья призвана способствовать пониманию сложностей, возникающих при реализации прав на средства индивидуализации, и предложить возможные пути совершенствования правоприменительной практики.

Ключевые слова: товарный знак, знак обслуживания, коллизия, правовая охрана, средства индивидуализации.

***CONFLICT OF LAWS ISSUES OF LEGAL PROTECTION OF
TRADEMARKS AND SERVICE MARKS***

Dragunova S.A.

PhD, Associate Professor,

Ogarev National Research Mordovian State University,

Saransk, Russia

Lekov D.K.

Master's student,

Ogarev National Research Mordovian State University,

Saransk, Russia

Abstract: The article discusses conflict-of-laws issues arising in the field of legal protection of trademarks and service marks. The types of collisions, the causes of their occurrence, as well as the existing mechanisms for their resolution are analyzed. The article is intended to promote understanding of the difficulties that arise in the implementation of the rights to means of individualization, and to suggest possible ways to improve law enforcement practice.

Keywords: trademark, service mark, conflict, legal protection, means of individualization.

Товарные знаки и знаки обслуживания играют ключевую роль в современной рыночной экономике, служа средством индивидуализации товаров и услуг, а также гарантией их качества и репутации. Следует подчеркнуть, что указанная роль, в настоящее время, стремительно возрастает, поскольку количество товаров и услуг, вводимых в оборот увеличивается непрерывно, набирая всё большие обороты. Правовая охрана средств индивидуализации призвана защитить интересы правообладателей и потребителей, однако на практике зачастую возникают коллизии, способные привести к нарушению прав, путанице на рынке и, как следствие, к экономическим потерям.

Прежде всего необходимо определиться с сущностью представленных понятий. Статья 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) определяет товарный знак как обозначение, служащее для индивидуализации товаров. Большинство ученых придерживаются точки зрения о том, что данное законодателем определение является достаточным, не требующим расширения, поскольку далее в положениях закона раскрываются основные его признаки. В.Н. Лопатин, в свою очередь, дает более обширное определение, в котором под товарным знаком понимает охраняемое обозначение (словесное, изобразительное, объемное и другое обозначение или их комбинация), служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, в том числе для отличия товаров одного предприятия от однородных товаров другого предприятия, помещаемое на товарах, упаковке или документации, связанной с его реализацией, зарегистрированное в установленном порядке и удостоверяемое свидетельством на товарный знак [3]. Данное определение, на мой взгляд, полностью отражает позицию законодателя, объединяя и упорядочивая положения, содержащиеся в ГК РФ.

Знак обслуживания определяется ГК РФ как обозначение, служащее для индивидуализации выполняемых работ или оказываемых услуг. Знак обслуживания (англ. *service mark*) – представляет собой тот же товарный знак, только он используется для индивидуализации услуг, а не товаров. Данный термин аналогичен понятию «товарный знак», разница состоит лишь в том, что под знаком обслуживания компании оказывают услуги, а не маркируют им товары. То есть главный критерий отличия товарного знака от знака обслуживания – результат деятельности хозяйствующего субъекта.

Необходимо отметить также, что в обороте нередко встречаются термины «бренд», «логотип», «торговая марка», «слоган». Чаще всего под ними подразумевается товарный знак или знак обслуживания, но следует иметь в виду,

что перечисленные выше понятия не являются юридическими и не содержатся в законодательстве, они лишь являются частью обычаев делового оборота.

Термин коллизия происходит от лат. *collisio* - столкновение, противопоставление и как юридический термин берет свое начало из международного частного права [1]. Экономические сделки – одна из самых обширных частей международного частного права, в которой очень часто возникают споры, нередко их причиной являются несоответствия, связанные с товарными знаками и знаками обслуживания, именно поэтому коллизионные проблемы очень тесно связаны с указанными средствами индивидуализации.

Множество факторов способствует возникновению коллизий в сфере правовой охраны товарных знаков и знаков обслуживания. Одним из них является недостаточный предварительный поиск. Непроведение тщательного поиска среди уже зарегистрированных знаков и поданных заявок перед подачей своей заявки на регистрацию является распространенной причиной возникновения коллизий. Иногда недобросовестные субъекты намеренно подают заявку на регистрацию, будучи осведомленными о наличии уже существующего практически идентичного товарного знака (знака обслуживания), при этом преследуя собственный коммерческий интерес, рассчитывая на то, что регистрирующий орган не усмотрит оснований для отказа, а владелец уже зарегистрированного средства индивидуализации не обратится в суд за защитой своих прав.

Некоторые ученые в качестве еще одной проблемы отмечают слабость критериев оценки сходства. Отсутствие единых и четких критериев оценки сходства до степени смешения, а также субъективность в процессе оценки, могут приводить к противоречивым судебным решениям. На мой взгляд, конечно, от доли субъективизма в данной сфере избавиться окончательно не представляется возможным, ее можно лишь уменьшить путем совершенствования формальных критериев оценки. Что касается оценки сходства до степени смешения, нужно подчеркнуть, что очевидно, данный критерий недоработан законодателем. В п. Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМН ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

41 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных Приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482, обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Становится ясным, что данного определения недостаточно для того, чтобы в полной мере дать оценку средству индивидуализации с этой точки зрения. В настоящее время сходство до степени смешения определяется только экспертным путем, что существенно снижает степень достоверности и является предпосылкой возникновения коррупционных явлений и/ или судебных разбирательств [2]. Помимо этого, данные процессы требуют значительного количества времени.

Необходимо также отметить в качестве фактора, влияющего на возникновения коллизий в рассматриваемой сфере, международный характер торговли. Растущая глобализация и международная торговля усложняют процессы регистрации и защиты товарных знаков, что повышает риск коллизий. Различия в законодательстве разных стран могут привести к ситуации, когда товарный знак, законно зарегистрированный в одной стране, будет нарушать права третьих лиц в другой.

Для разрешения коллизионных ситуаций в сфере правовой охраны товарных знаков и знаков обслуживания существуют различные механизмы:

- Административный порядок: во многих странах существует административный орган (например, Роспатент в России), который рассматривает заявки на регистрацию товарных знаков и принимает решения об их регистрации или отказе в регистрации. При возникновении коллизии, административный орган может отказать в регистрации знака, который, например, является сходным до степени смешения с уже зарегистрированным знаком.

- Судебный порядок: в случае возникновения спора между правообладателями, спор может быть передан на рассмотрение в суд. Судебные решения могут включать в себя запрет на использование знака, выплату компенсации за нарушение прав, аннулирование регистрации товарного знака. Судебная практика в РФ богата подобными делами, ВС РФ ежегодно выпускает обзоры судебной практики о спорах по товарным знакам. Нельзя сказать, что эта практика единообразна, очень часто встречаются довольно неординарные и сложные случаи, которые вызывают у судей определенные сложности при их разрешении. Возможно, что по мере формирования судебной практики по разрешению споров, связанных с коллизиями прав на различные средства индивидуализации и результаты интеллектуальной деятельности, пробелы и недостатки законодательства могут эффективно ею восполниться [5].

- Досудебное урегулирование: правообладатели могут попытаться урегулировать спор в досудебном порядке путем переговоров, заключения лицензионного соглашения или иным образом. В сфере предпринимательства данный способ можно назвать одним из самых удобных для самих хозяйствующих субъектов, поскольку это позволяет избежать бумажной волокиты, судебных расходов, которые нередко бывают просто огромными, а главное – сэкономить время.

- Медиация и арбитраж: альтернативные способы разрешения споров, такие как медиация и арбитраж, также могут быть использованы для разрешения коллизий в сфере товарных знаков. Медиация и арбитраж имеют научную новизну как альтернативные методы разрешения споров, так как они позволяют сторонам выбрать наиболее подходящий для них способ, учитывают индивидуальные обстоятельства и интересы, а также способствуют сохранению времени и ресурсов, что особенно важно в современном быстро развивающемся обществе [4]. Сейчас в России институт медиации не так популярен, как за рубежом, где к нему прибегают постоянно. С моей точки зрения не совсем рационально игнорировать данные способы разрешения коллизий, поскольку

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

помимо того, что они обладают всеми перечисленными в предыдущем пункте преимуществами, это еще и позволяет снизить нагрузку на судебную систему и способствует повышению качества ее работы.

Исходя из представленного, можно выделить несколько путей преодоления указанных проблем. Одним из наиболее глобальных следует отметить необходимость унификации законодательства различных государств. Гармонизация национальных законодательств в сфере правовой охраны товарных знаков и знаков обслуживания на международном уровне является важной задачей, способной снизить количество трансграничных коллизий. Конечно, реализовать данное направление невероятно сложно, а в полной мере – практически не представляется возможным вообще. Но для предотвращения возникновения коллизий в данной сфере, можно сделать упор на гармонизацию национальных законодательств государств, с которыми происходит наиболее частое сотрудничество или чаще всего возникают подобные споры. Процессы гармонизации довольно успешно показали себя в некоторых других отраслях, поэтому вполне реальным представляется осуществить это применительно к законодательству о товарных знаках и знаках обслуживания.

Кроме того, необходима разработка более четких и объективных критериев оценки сходства до степени смешения, учитывающих современные методы анализа, такие как нейронные сети и машинное обучение. Это позволит повысить уровень достоверности заключений экспертов, исключить коррупционную составляющую в данном процессе и, как следствие, сократить количество случаев нарушения прав хозяйствующих субъектов на средства индивидуализации.

Помимо этого, есть необходимость усилить работу по информированию предпринимателей о правовых аспектах регистрации и использования товарных знаков, а также об ответственности за нарушение прав третьих лиц и усилить контроль за соблюдением законодательства о недобросовестной конкуренции,

наладить эффективные механизмы привлечения нарушителей к ответственности.

Коллизионные проблемы в сфере правовой охраны товарных знаков и знаков обслуживания являются серьезным препятствием для развития добросовестной конкуренции и эффективного функционирования рынка. Решение этих проблем требует комплексного подхода, включающего совершенствование законодательства, повышение правовой грамотности предпринимателей и усиление механизмов правовой защиты. Дальнейшие исследования и разработки в этой области являются важным условием для создания справедливой и прозрачной системы защиты прав на средства индивидуализации.

Библиографический список:

1. Ахметжанова К.В. Коллизии в праве: российский научный дискурс // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки – 2022. – № 4(24) т.6. С.342 – 348.

2. Давлятова М.А. Методика количественной оценки степени сходства товарных знаков // Инновации. – 2019. – №8(250). – С.76 – 80.

3. Лопатин В. Н. Интеллектуальная собственность. Словарь терминов и определений. Республиканский научно-исследовательский институт интеллектуальной собственности (РНИИС). – Москва: ИНИЦ «ПАТЕНТ». – 2012. — 150 с.

4. Свистич Е.Э, Лакоценина Н.М. Проблематика медиации и арбитража как альтернативных методов разрешения споров // Международный научный журнал «Вестник науки». – 2024. – №1 (70) т.2. – С.422 – 428.

5. Тасыбаева Ж.З. Коллизии прав на товарные знаки с правами на некоторые другие объекты интеллектуальной собственности // Законность и правопорядок в современном обществе. – 2010. – №2-1. – С.1 – 5.

Оригинальность 78%